

DOI: 10.16832/j.cnki.1005-9709.2018.06.010

墨子管理哲学在森林旅游规划中的应用研究*

许晓东¹, 赖启福², 严羽爽², 林菲菲², 刘森茂²

(1. 厦门大学人文学院, 福建 厦门 361005; 2. 福建农林大学管理学院, 福州 350002)

摘要: 对森林旅游规划定位问题展开研究, 并结合墨子管理哲学为其存在问题提供解决思路。研究发现: 森林旅游规划在项目定位方面存在市场定位不准确、品牌定位不系统、功能定位不聚焦的“三不问题”, 在规划者定位方面存在非专业人硬做专业事、非本地人硬做本地事的“双非问题”; 为解决这些问题, 在思想上, 墨子管理哲学的“赖其力者生”为项目地实现经济、生态、社会三大效益提供思路, “兼相爱”可协调专业人和本地人之间的利益冲突; 在行动上, 墨子管理哲学的“得下之情”“助己视听”“先人得之”可视为规划科学性的出发点、保障点和落脚点, “利中取大, 害中取小”为行动选择提供指导; 在方法上, 墨子管理哲学的求天志为问题诊断设定秩序, 三表法为问题的诊断设定依据。

关键词: 墨子; 管理哲学; 森林旅游; 规划

中图分类号: F592.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-9709 (2018) 06-0063-08

森林旅游是指以森林为背景所从事的旅游活动^[1]。国内对森林旅游的研究聚焦于模式研究、对策研究和应用研究: 从模式研究来看, 探讨了森林旅游景区规划模式^[2]和生态开发模式^[3]; 从对策研究来看, 探讨了森林旅游开发的误区和对策^[4], 旅游产业现状及发展对策^[5]; 从应用研究来看, SWOT分析模型^[6]和GIS^[7]的应用是研究热点。国外聚焦于森林旅游规划的生态维度, 如概念分析^[8]和应用研究^[9], 以及森林旅游管理方式^[10]和森林旅游影响因子研究^[11]。可见, 国内外对森林旅游的研究局限于现代规划学、管理学等维度, 尚未涉及墨子管理哲学。墨子管理哲学被广泛应用于现代产业研究, 包括其管理思想的现代价值^[12]、思想特征^[13]、逻辑结构^[14]、人才管理^[15]、组织管理^[16]和管理伦理^[17]。森林旅游规划涉及生态伦理、组织等方面。就内容而言, 林业经济从注重效益向注重生态转变, 经历了“经济林-社会林-生态林”的转变, 而墨子管理哲学的生态性与森林旅游规划相得益彰。就实践而言, 学界对其在旅游产业的研究聚集于无形文化遗产的保护开发^[18]及文化资源产业开发^[19], 而在森林旅游规划中的研究相对较少。所以, 从墨子管理哲学出发, 针对森林旅游规划现存问题, 基于文献法, 结合墨子管理哲学, 解决森林旅游规划实践性相关难题。

1 森林旅游规划中存在的问题

旅游区域的规划欠缺完善的系统构建^[20], 其存在的问题大致可划分为两个方面: 一是项目地本身定位问题; 二是森林旅游规划者本身的定位问题。

1.1 项目地定位的“三不问题”

从功能角度看, 项目地定位是整个森林旅游规划的初始点, 它决定了规划的方向和结果。从内容角度看, 项目地的定位包括市场定位、品牌定位、功能定位。森林旅游项目地的规划问题多产生于内容定位层面, 其中市场定位不准确、品牌定位不系统、功能定位不聚焦的“三不问题”尤为凸显。

* 收稿日期: 2018-09-18

基金项目: 福建省社会科学基地课题 (KXJD1817A)

作者简介: 许晓东 (1990-), 男, 福建泉州人, 硕士研究生, 从事环境伦理学方面的研究, (E-mail) 610607395@qq.com。

通讯作者: 赖启福 (1974-), 男, 福建武平人, 博士, 副教授, 硕导, 从事旅游管理、休闲农业方面的研究, (E-mail) 707764281@qq.com。

1.1.1 市场定位不准确

旅游区域定位是以资源吸引力为核心辐射圈的范围界定与选择^[2]。某些森林旅游规划在广度上,未能充分调查项目地周边竞业与同业的基本情况,包括商圈、居民区、配套设施、道路延展性等;在深度上,未能挖掘项目地的市场需求,包括风景需求、民风民俗需求、历史文化遗迹需求、特色工艺需求等。因此,森林旅游区域定位不准确,在空间上表现为没有根据自身的资源禀赋确定其核心区域和辐射区域,在时间上表现为缺乏对资源吸引力的时效性的整体把握,最终导致市场定位失准。

1.1.2 品牌定位不系统

森林旅游规划作为生态文化系统的一种方式,其任务在于深入挖掘和丰富区域文化^[20]。某些森林旅游规划缺乏对项目地品牌系统的理性把握,未建立完整的生态文化系统,而且缺乏对自然资源和历史的理性分析。理性具有两种衍化方式:一为工具理性,即技术、公式、形式、工具等面的理性表达;二为价值理性,即意义、价值、人文等方面的理性表达^[21]。愿景是工具理性的表征方式,即森林旅游规划自身所要达到的经济目标;使命是价值理性的表征方式,即社会的需求赋予项目地需要达成的使命,比如传播当地的某种价值观念或者当地的某种风情。从愿景定位和使命定位看,某些森林旅游规划混淆了使命和愿景的区别,甚至对使命和愿景置若罔闻。

1.1.3 功能定位不聚焦

因地制宜是根据不同地区的现存特质等进行功能定位,并致力于从森林的前期评估、市场调研、项目定位、功能分区模拟组合、设计规划、到后期的资源导入以及整体运营,从而实现森林旅游的增值效益。按照因地制宜的原则,一般将项目地分为风景游赏区、生态保育区、游赏服务区^[22]。某些森林旅游规划对项目地调研不充分,不仅没有充分考虑市场需求导入按需而设的功能模块,而且没有开发适应本地特色的功能分区,还生搬硬套其他成功项目的功能定位,致使功能定位没有秉持因地制宜的原则。在旅游规划过程中,如果失去因地制宜原则的贯彻,便会导致资源的浪费,甚至滋生过度开发的恶果。

1.2 规划者自我定位的“双非问题”

“专业的事交给专业的人去做,本地的事交给本地人去做”,这是森林旅游规划者在处理项目地具体管理问题时的关键原则。专业事是基于知识的前提,本地事是基于经验的前提。知识是高度抽象和概括的思维和方式,经验则是形象和深入的个体行为。规划者应以专业知识为形式,以本地经验为内容,发挥自身的专业优势,并在实践中参考本地人的经验。但在实践中,规划者往往忽视该原则。

1.2.1 非专业人硬做专业事

“专业的事交给专业的人去做”不仅是对森林旅游规划者本身的能力界定,也是充分调动各方参与、群策群力的有效途径。然而,某些森林旅游规划者未能充分认识到自己的专业知识界限,也未能充分调动其他专业人员的辅助。在规划的过程中错误地“以己之短,攻其之长”,比如将自己的规划延伸到旅游目的地的市场营销策划、项目融资计划、项目商业模式规划等,甚至将森林旅游规划视为市场营销规划。

1.2.2 非本地人硬做本地事

“本地的事交给本地人去做”不仅是尊重人类学意义上的“在地化”原则,亦是对当地人情和社情的尊重。固然,森林旅游规划者本身需具备人类学、景观学、地理学、生态学等专业理论知识和技能,但这并不意味着抽象化的知识完全适用于项目地具体化、形象化的情况。当地人由于世代生活于此,对当地的生活方式、文化模式、景观特质、地理分布等具有世代延伸、积累、迭代的知识。旅游业本身已经成为一个文化机构,旅游是一种生活方式和文化模式^[23]。尊重当地人的文化结构和生活方式,不仅有利于拓展调研的深度,同时也有利于节省调研的精力和成本。然而,某些森林旅游规划者向来无视当地人的“土知识”,并冠之于不科学的标签。

2 墨子管理哲学简述

墨子管理哲学包括理论基础和主要内容两个板块:

从理论基础看,墨子管理哲学具有双核式的特征,即性成于“染”的人性论假说和“兼相爱,交

相利”的管理伦理思想。墨子认为“染于苍则苍,染于黄则黄”,即人性依托其所处的环境而生成。而在应对客观环境的时候,墨子提出“赖其力者生”的应对思路,即人依靠自身的力量实现生存和发展的需求。在人依靠自身力量满足利益诉求的时候,还要坚持“兼相爱,交相利”的伦理前提,强调在相爱的基础上互利,实现义利平衡。

从主要内容看,墨子以人力、物力、财力作为管理对象,融入“天志”的合法性、尚同的层级性、法仪的制度性这三大管理方式,以期达到“兴天下之利,除天下之害”的管理目标。墨子以“尚贤”的思想高效地调动人力资源,以“节用”和“非乐”等思想对物力和财力进行节流性地控制^[24]。在管理方式中,墨子以“天志”作为行动的最高指导来保证管理的整体性和统一性,以“尚同”中的“尚同乎其上,而毋有下比之心”的原则保证管理的层次性和通达性,以“以法仪之”的思想来保证管理的制度性和规范性^[25]。墨子管理哲学最终要实现的是“兴利除害”的管理目标^[26]。

3 墨子管理哲学在森林旅游规划中的可借鉴之处

“赖其力者生”对解决项目地定位问题具有借鉴之处。“赖”体现了对项目地本身的依赖和依存,强调对项目地的深入调研。“力”在原文指人的力量,可视为规划者对项目地的自然资源和历史文化资源开发的力量。“生”体现了可持续发展的要求。墨子“兼相爱”的原则为森林旅游规划者解决自身定位问题提供了借鉴。“兼”体现的是一种整合性的思维,映射出森林旅游规划者的角色重要性,在于整合各方资源以服务项目地的优势发挥。“相爱”则体现了一种旅游利益相关者在“相利”的前提下互爱的理念,同时也是整合各种有效资源为项目地服务的价值导向。相对于刚性管理,墨子的“兼相爱”是一种典型的柔性管理,即以人际间的互爱为其内,以人际间的互利为其外。

3.1 墨子“赖其力者生”对项目地定位中三大效益并举的借鉴意义

现代森林旅游业是一个由森林生态与旅游产业双系统联合驱动的运作体系^[27]。墨子在《非乐上》中谈到:人类依仗自身之力则可以生存^{[28]199-201}。在墨子“赖其力者生”的思想中,“力”体现的是规划者为实现经济目的而对自然和人文资源进行开发的力量,“生”体现的是生态系统的衍生。以经济系统作为发力点,以生态系统作为衍生点,则森林旅游的双系统运行便可环环相扣。为保障森林旅游的连续性,除了依赖自然景观资源,还应该依赖其特定的文化景观资源。而地方文化资源的产生和发展牢牢立足于该地特定的自然环境因素^[29]。综上所述,赖其力则生就是根据自然资源之力和文化资源之力,并借助市场经济系统的运营驱动,以达到生态系统的生生不息。

旅游总体发展的终极愿景是实现经济、生态、社会三大效益的协调^[2]。经济效益决定了森林景区的下限,生态效益和社会效益决定了森林景区的上限。墨子尤其注重生产经营的限度,在《七患》篇中指出:食物或者经济材料的生产是非常必要的,土地的耕耘和开发也是必要的^{[28]16-17}。“食不可不务”是在经济利益的层面上指出生产经营的必要性。“地不可不力”是在生态利益的层面上指出土地维护的重要性。经济利益和生态利益在墨子的哲学思想中是相互融通的。墨子既注重经济利益的高效化,同时也注重生态利益的持久化。在经济利益上,《七患》提出:生产粮食的人少,而食用粮食的人多,则每年必然不会丰收^{[28]17-18},也就是说,积极的森林旅游开发,有利于促进当地的生产和建设。在生态利益上,墨子在《节用中》篇中指出:凡是生产已达到满足民生使用的标准时则应该有所收敛,额外增加费用却不利于民生利益的行为应该制止^{[28]130-133},换言之,森林旅游开发的重点在于使旅游开发的各要素(森林资源、旅游者、居民、环境等)发挥优势,当达到“足以奉给”的效果时就应该停止开发的深入,而转向社会效益和生态效益,即开发景区的上限维度。

3.2 墨子重视换位思考的“兼相爱”有助于协调专业人和本地人利益冲突

不同阶层由于本身自带价值和意识形态色彩,在规划决策时必然会产生迥然不同的判断和选择^[30]。利益冲突是问题产生的根源,利益协调是问题解决的关键,而利益本身就是一种价值判断。作为旅游项目地的本地人,其关注的利益是生存价值和环境价值。作为旅游开发的专业人,关注的是市场价值和经济价值。由于地域、部门、群体、阶层等因素难以协同,而导致旅游规划在时间上延迟,在内容上偏离,在实施上冲突^[31]。墨子的“兼相爱”思想为处理利益磨合和价值冲突提供了实质性的借鉴意义。

“兼相爱”重视换位思考,使管理人性化。墨子认为人虽有阶层差别、社会标签迥异,但是以天地境界的视野观之,人与人没有优劣高低之别,皆为自然造物之下同阶之存在。他在《法仪》中提出:人与人之间没有长幼贵贱的区别,人与人都是天之臣子,都是天的子民^{[28]11-12}。在森林旅游开发中,代表着不同阶层和立场的本地人和专业人在利益权衡和价值判断的过程中都应获得同样的物质和精神待遇。《兼爱中》说:同等的爱可以换取同等的爱,同等的利可以换取同等的利^{[28]88-89}。从横向角度看,墨子的“兼相爱”的思想对协调本地人和专业人的利益,协调不同利益阶层者的利益矛盾意义深远。从纵向角度看,墨子通过“交相利”原则将自下而上的阶层利益统摄贯穿。规划者应积极发动全部门、全行业、全游客的三全群体集思广益^[32]。

4 墨子管理哲学思想在森林旅游规划过程中的应用

森林旅游规划从本质上来说是管理中的一种决策行为。从管理学的视角看,决策行为主要包含问题识别、问题诊断和行动选择3个阶段。

4.1 问题识别 “得下之情” “助己视听” “先人得之”

问题识别就是通过市场调查及调查数据,以广角镜式的角度认识研究问题的各个层面,从聚焦镜式的角度精准定位问题的关键点,并提出问题的解决目标和预期达到的效果。墨子管理哲学思想中的“得下之情”“助己视听”和“先人得之”可以视为森林旅游规划科学性的出发点、保障点和落脚点。对信息收集者来说要有“得下之情”的觉察,对于规划者来说要有“助己视听”的觉悟,对于执行者来说要有“先人得之”的决心。

4.1.1 “得下之情”视为森林旅游规划科学性的出发点

信息的获取和整合是规划的前提。“信息的代表性”是决定“规划科学性和准确性”的前提。信息的调研和收集是规划决策的活水之源。墨子管理哲学的基础是信息的调研和集成。墨子出身于底层阶级,深知上层的政策往往与下层的实际情况脱节,所以才极其重视下层信息的收集。森林旅游规划不仅要充分了解当地具体森林旅游产业的资源情况,也要注重非旅游性质关联产业的调研。森林旅游规划者应运用跨界的视角,深入调研旅游产业和非旅游产业的相关信息,从而通过跨界发展、异业整合的方式提升旅游规划地的利用价值^[33]。在森林旅游路线规划中,森林旅游规划者如果忽视对当地居民在地化经验及其信息的收集,对当地居民的信仰、生态等非旅游产业信息视而不见,对当地居民的信息反馈和投诉建议听而不闻,则会出现“不得下之情则乱”的乱象。乱象体现在两个层面:第一,由于没有深入了解旅游目的地的实际情况,扰乱当地生态环境与居民和谐相处之象;第二,不经旅游市场调研作出的森林旅游规划必然不符合市场规律,同时也经不起市场的考验,造成资源的浪费,扰乱旅游市场的有效规划。因此,旅游规划必须尊重项目地的社会特征、经济特征、行为特征、心理特征等,而非张冠李戴^[34]。“得下之情”具有促进上情下达、下情上通的优势。墨子在《尚同中》谈到:假如上级和下级对于事情的意见不统一,那么便会出现赏罚失效的窘境^{[28]68-69}。衡量一个森林旅游规划决策是否具备科学性和实践性的基础是:是否让各种决策性信息对称化。森林旅游规划在充分尊重下情的前提下,有利于实现规划信息的上传下达,发挥最大效益。

4.1.2 “助己视听”视为森林旅游规划科学性的保障点

墨子对视听等经验信息尤为重视。墨子认为视听等经验是管理者得以运筹帷幄的保障因素。墨子认为视听经验是管理者做出科学决策的来源,视听经验既包括管理者经过长期的管理实践而获得的规律性的总结,即“上之所是”中关于“是”的知识总结;同时也包括下层民众长期观察实践的经验知识。两种视听经验知识一旦结合,便可以发挥其最大优势。墨子在《尚同中》谈到:上级能够运筹帷幄的原因并非其拥有天神般的本领,而是能够借助别人的耳目来扩展自己的视听,借助别人的言谈建议来增加自己的表达,借助别人的思考集思广益式地扩展自己思考的维度,借助别人的行为来扩展自己的行动力^{[28]70-71}。诚如墨子所说,为森林旅游规划者提供视听信息的人越多,则森林旅游规划的深度和广度就会更加开阔,所规划的也更加长远;为森林旅游规划者提供建议和意见的人越多,兼听则明,那么,森林旅游规划的效率就会得到有效提高;为森林旅游规划者切身实地去实践的人越多,那么做好森林旅游

规划的行动就越快。

4.1.3 “先人得之”视为森林旅游规划科学性的落脚点

在问题的识别过程中,除信息的收集者和规划者,还需要执行者。墨子认为“左右羽翼者”至关重要。墨子在《尚同下》谈到:古代圣王治理天下必然非常重视身边“左右羽翼者”的任用,而其“左右羽翼者”都是贤人。左右羽翼在外从事者多,则帮助圣王收集视听信息的来源越广。因此,圣王谋划时相较于旁人而言处事更周到,办事时相较于别人成功率更高^{[28]79-80}。同理,森林旅游规划者在进行旅游开发区的规划时,应派遣更多的人员去调查被划进开发区范围的居民的意见。决策者应悉心听取项目地居民的意见,了解他们的文化传统和信仰风俗习惯,从而挖掘出与当地旅游资源相融的产品来。墨子说,在规划时,只有“先人”可以得到自己想要的信息;在做事时,只有“先人”可以做到马到成功。墨子在《尚同下》谈到:一双眼睛的观察是不能与多双眼睛的观察同日而语的;一双耳朵的听闻与多双耳朵的听闻不可相提并论;一双手的操作与多双手的操作不可等量齐观^{[28]79-80}。同理,一个人的实地调研比不上两个人的环境实地调研;一个人的信息听闻比不上两个人的环境信息听闻;一个人的实践操作比不上两个人的环境实践操作。因此,组建森林旅游规划先发调研小组,帮助森林旅游规划者“助己视听”至关重要。

4.2 问题诊断 “求天志”和“三表法”

问题诊断包含了问题诊断的秩序(即谁先谁后的顺序问题)和问题诊断的依据(即谁主谁次的内容问题)两个维度的考量。墨子的求天志为问题诊断设定了秩序,三表法为问题的诊断设定了依据。逻辑上的顺序和内容上的依据为森林旅游规划在诊断规划问题时提供了解决之道。

4.2.1 “求天志”为管理设定界限,为秩序开辟道路

天志,即天的意志。墨子在自己的管理哲学体系上植入了第一因,即天。世间因果循环、因果更替,而天始终作为因果链之起点。管理始于天志,并终于天志。墨子认为管理层自上而下的管理皆出于天,代天管理。墨子在《天志上》提出:上天爱好义而憎恶不义。那么率领天下的百姓,去做合乎义的事,这就是我们在做上天所爱好的事了^{[28]148-149}。“欲”则作为人与天相连的交点。墨子认为天的“欲”是“义”,因此人的“欲”也是“义”。那么“天之义”是什么?墨子在《天志上》提出:义,就是政。不是自下而上的行政路径,而是自上而下的行政路径^{[28]149-150}。“义”就是管理,是自上而下的管理,而至 upper 者就是墨子所设定的天。墨子设定天的目的是为管理设定秩序。天作为至高无上的存在,同时也为管理设定了界限,为秩序开辟了道路。就如恩格斯树立了大自然的权威,他认为人产生于大自然,并在大自然中发展^[35]。人产自于自然,必然也法之于自然,遵从大自然的秩序。

森林旅游规划过程中存在的问题层出不穷,如何有效地把控问题,制定反馈问题的步骤机制、分析问题的先后顺序、解决问题的流程秩序等至关重要。因此,在诊断森林旅游规划问题的过程中,应该率先制定好制度,用制度管人。墨子在《法仪》中谈到:既然我们以天为原则,那么,我们的所有行为动作都应该以天为尺度,把天的尺度作为自己行事的尺度^{[28]11-13}。天所代表的是秩序,以天为法就是以秩序为法。在森林旅游规划问题出现时,人的通常反应有两种:一是思想层面失去了秩序;二是行为层面失去了秩序。“天志”就是“规”和“矩”,即秩序。设定秩序,是诊断问题、分析问题、解决问题的重要前提。

4.2.2 “三表法”为理论、实践和反馈的“三重奏”

墨子的三表法涵盖了决策的理论依据、实践依据、反馈依据。森林旅游规划以理论、实践、反馈三个层面展开,并具备理论的指导性、实践的方向性、反馈的检验性,三者构成森林旅游规划的系统性。墨子在《非命上》谈到:何谓三表?三表就是三种具体的依据^{[28]204-206}。“上本之于古者圣王之事”体现的是决策的理论依据,理论来自于“古者圣王之事”,即先哲的理论体系。“下原察百姓耳目之实”体现的是决策的实践依据,即通过自上而下的实际调查而制定规划依据。“观其中国家百姓人民之利”体现的是规划决策的执行效果之反应依据。

“上本之于古者圣王之事”就是说要以古者圣王所留下的经验和信仰为鉴。在森林旅游规划过程中,要尊重古代留下的文化行为习惯,尊重当地人对先人继承的传统风俗,积极吸收“古者圣王”的

优秀文化基因,并以当代大众旅游所喜闻乐见的方式呈现出来。从探索科学本质的角度来看,原始的崇拜存在逻辑不自恰的问题;但从管理目的的角度来说,原始崇拜是一种便于宣传、推广、管理的良好方式。在森林旅游规划的实践中,藏族地区的森林旅游规划都围绕山神、水神、石神等延展。更有甚者,如云南纳西族先民的动物崇拜更加突出,他们遵从“古者圣王”的遗训,崇拜虎、牛和青蛙,其世界观的基础均建立在这些动物的肢体结构的图式中。

“下原察百姓耳目之实”就是要深入调研地进行资料的收集和信息的盘查。通过对游客的问卷调查有助于收集旅游市场的需求性信息,而通过对经营主体和相关政府部门的研究有助于获取供给性信息^[36]。供需信息对称是调研的主要任务。调查是规划决策的基础,调查的信息准确性和代表性,决定决策的可行性。旅游目的地的居民是这方水土养育的直接经验实践者,是日积月累的“耳目之实”的创造者,是规划决策信息的最直接来源。200万年的人类发展史绝大部分是采集猎取生存资料的历史^[37]。这种直接的社会实践所得到的视听知识都是公众参与的关键性信息。公众参与有两种维度,一种是政府视域下的参与;一种是公众视域下的参与^[38]。公众视域下的公众参与体现了墨子“下原察”的精神气质。在过去,鬼是否存在?众说纷纭、莫衷一是。而墨子却率先呼吁“一乡一里而问之”的实地调研精神。“一乡一里而问之”是“下原察百姓耳目之实”的方式。因此,墨子在《明鬼下》中谈到:亲自听之见之事才能信以为真,不见不闻的事情则难以取信。既然如此,何不一乡一里而问之^{[28]178-179}。很多森林旅游规划,则是缺少墨子这种“一乡一里而问之”的实践精神,在没有充分调查当地具体情况时便草率规划了事,或者在主观臆断和主观假想的状态武断推测当地居民的实践经验,最终有失“百姓耳目之实”。对于规划人员来说,要在主题设定、项目设计等方面切实体察社区居民意见,以期做好制度和组织建设^[39]。

“观其中国家百姓人民之利”就是以百姓真实的利益为导向,动态调控规划路径,做到实时反馈。任何规划都是动态规划,既在变化中寻求稳定的规划,也从稳定的规划中引入动态的变化,而变与不变的权衡标准就是“人民之利”。这构成了墨子决策反馈系统的“扣板机”。墨子在《非攻中》谈到:君子应该以人为镜来观察,而不能以水为镜来观察。以镜子作为观察工具,只能看见自己的样貌,以别人为镜子,则可以知凶吉^{[28]113-115}。镜就是一种镜像,即反馈。“镜于人”体现墨子对人这个因素的强调。因此,人构成了墨子决策反馈体系中的核心要素。同理,判定一个森林旅游规划是否合理性在于该规划是否符合人的利益。要统筹考虑各种人群的利益,以其各自利益的协调为反馈要素,做到动态规划。

4.3 行动选择 “利中取大,害中取小”

行动选择是森林旅游规划的最后一步。在规划中会产生多种规划路径,需要权衡各种规划方式的利弊得失。墨子管理哲学中的“利中取大,害中取小”为森林旅游规划的行动选择提供了决策指导。

4.3.1 森林旅游规划的感性选择 “利中取大”

感性选择就是不经过理性思考即做出选择。毋宁说,其选择能力是天赋的,具有先验的性质。人皆有趋利避害的本性,“利中取大”则是趋利性的表现。在森林旅游规划过程中,规划者本能倾向于追求经济利益,将各种决策行为的落脚点置于提高销售业绩的指标上。这种追求经济之利的“取大性”本质上是一种感性选择。例如,森林旅游规划在规划用地时往往贪图区域的面积而过分扩大基本生态控制线的广域。应在尊重森林生态系统的前提下,根据项目地的具体情况,划定界线^[40]。

4.3.2 森林旅游规划的理性选择 “害中取小”

《大取》说:在诸多不利的因素中选取较小的不利因子,是一种迫不得已被动选择的行为^[41]。“害中取小”是一种理性选择,即经过理性的分析和判断所做出的选择。墨家哲学认为“害中取小”不是取害,而是取利。害利是相对的,在权衡的情况下是可以互为转换的。“利中取大”是主动性感性选择,而“害中取小”是被动性的理性选择。如果主体只注重“利中取大”,而不关注“害中取小”,则容易忽视自然环境的强制性条件约束,容易恣意妄为对环境造成极大破坏。《大取》又说:在害的因素中选取较小的因素,是为了追求“为义”的目的,不是“为义”本身^[42]。可见,“为义”是目的,而不是本身。森林旅游规划属于经济行为,按照经济人的假设,森林旅游规划者追求旅游开发的**最大经济效益是充分必要条件。关注环境效益并非经济人假设中的要求,而是为使旅游经济效益得到可持续发展

的必要条件。森林旅游规划应以森林环境容量作为最基本的理性计算标准^[40]。以自然环境的容量为标准是关注环境效益的表现。

4.3.3 森林旅游规划的组合选择 “利中取大，害中取小”

所谓感性选择，是指人所具有的天赋的自主选择行动策略的能力。所谓理性选择，就是在通过演绎、归纳、推理等一系列的逻辑思维方式结合具体的材料情况而进行的比对抉择。在森林旅游规划过程中，经济效益是可以直接用数据量化比较的，而其他的环境、生态、社会、政治、情感、伦理以及传统等方面因素则很难比较，难以用定量分析。例如，从内容上看，森林旅游产品开发包含对环境成本和资源价值的分析和测算^[43]。环境成本难以用定量分析来计算，属于感性因素；资源价值则可运用经济尺度来衡量，属于理性因素，故其为组合式选择的应用。《大取》中说 “以故生，以理长，以类行”^[44]。“故”就是本来的样子，“以故生”就是事物本来的天生的样子，这属于感性的因素。“以理长”就是以理性选择来发展。“类”就是一种推理的方式，“以类行”就是用感性因素类比理性因素，用理性因素类比感性因素的循环。

5 结语

从墨子管理哲学思想的视角，对森林旅游规划现状进行分析研究，探讨森林旅游规划定位问题的解决思路。结果表明：

第一，森林旅游规划在项目定位方面存在市场定位不准确、品牌定位不系统、功能定位不聚焦的“三不问题”；在规划者定位方面非专业人硬做专业事、非本地人硬做本地事的“双非问题”。

第二，从思想借鉴的维度看，墨子的管理哲学思想对森林旅游规划思想的借鉴主要体现在项目地定位和规划者定位两个方面，其中墨子管理哲学的“赖其力者生”思想为项目地实现经济、生态、社会三大效益并举奠定基础，墨子管理哲学的“兼相爱”思想为规划者有效协调解决专业人和本地人利益冲突助力。

第三，从行为指导的维度看，墨子的管理哲学思想在森林旅游规划的应用主要体现在问题识别阶段、问题诊断阶段和行动选择三个阶段。

在第一阶段，墨子管理哲学思想中的“得下之情”“助己视听”和“先人得之”是森林旅游规划科学性的出发点、保障点和落脚点。信息收集者需要贯彻“得下之情”的基本原则，首先从最基层的维度获取在地化的信息，然后运用“助己视听”的原则实现信息对称与优化决策依据，最后在具体的执行过程中，扮演好“先人”的先锋作用。

在第二阶段，墨子管理哲学思想中的“天先于人”为森林旅游规划设定了基本秩序，“三表法”为问题诊断设定了理论依据。问题诊断包含问题诊断的秩序和依据两个维度。从逻辑的顺序上看，墨子的“求天志”的思想为森林旅游规划设定了基本的秩序，即“天先于人”。从内容的依据上看，“三表法”为问题的诊断设定了理论依据。

在第三阶段，墨子管理哲学思想中的“利中取大，害中取小”为森林旅游规划的行动选择提供了决策指导。感性选择与理性选择的协调将在经济效益、生态效益、环境效益矛盾冲突中焕发生机。

参考文献：

- [1] HALLO J C, MANNING R E. Transportation and recreation: A case study of visitor driving for pleasure at Acadia National Park [J]. *Journal of Transport Geography*, 2009, 17 (6): 491-499.
- [2] 杨财根. 森林旅游景区旅游规划模式研究: 基于休闲旅游的视角 [J]. *旅游论坛*, 2009, 2 (2): 193-198.
- [3] 安传艳. 森林旅游生态开发模式创新研究: 以河南省黄楸树林场为例 [J]. *信阳师范学院学报*, 2015, 28 (2): 204-208.
- [4] 何丽芳. 浅谈森林旅游开发的误区及其对策 [J]. *湖南林业科技*, 2001, 28 (4): 76-78.
- [5] 易爱军. 刘俊昌. 我国森林旅游产业的现状及发展对策 [J]. *中国林业经济*, 2010 (3): 5-7.
- [6] 刘佳峰, 孙玉军. SWOT 分析模型及其在森林旅游规划中的应用 [J]. *林业调查规划*, 2007, 32 (4): 118-122.
- [7] 黄国宁, 李金凤, 田蜜. GIS 在海南森林旅游规划中的应用研究 [J]. *热带林业*, 2011, 39 (1): 38-42.

- [8] RIZIO D, GIOS G. A sustainable tourism paradigm: Opportunities and limits for forest landscape planning [J]. *Sustainability*, 2014, 6 (4): 2379-2391.
- [9] GRÉT-REGAMEY A, BEBI P, BISHOP I D, et al. Linking gis-based models to value ecosystem services in an alpine region [J]. *Journal of Environmental Management*, 2008, 89 (3): 197-208.
- [10] RIENSCHÉ M, CASTILLO A, FLORES-DÍAZ A, et al. Tourism at costalegre, mexico: An ecosystem services-based exploration of current challenges and alternative futures [J]. *Futures*, 2015, 66: 70-84.
- [11] NINAN K N, INOUE M. Valuing forest ecosystem services: Case study of a forest reserve in Japan [J]. *Ecosystem Services*, 2013, 5: 78-87.
- [12] 俞杨建, 俞丽萍. 论墨子管理思想的现代价值 [J]. 常州大学学报 (社会科学版), 2013, 14 (6): 6-9.
- [13] 李少惠. 墨子的管理思想及其特征 [J]. 兰州大学学报, 1997, 25 (2): 90-96.
- [14] 陈延庆. 论墨子管理思想的逻辑结构及其基本特征 [J]. 江西社会科学, 2000 (9): 20-22.
- [15] 周群英. 墨子人才管理思想及育人方法研究 [J]. 湖北社会科学, 2013 (7): 110-112.
- [16] 朱叶楠. 墨子的组织管理思想及其得失 [J]. 领导科学, 2017 (5): 39-42.
- [17] 黄森荣. 墨子的“义”及其管理伦理 [J]. 求索, 2004 (11): 164-166.
- [18] 杜丹阳. 论无形文化遗产的保护与开发: 以墨子和墨学为例 [J]. 山东社会科学, 2005 (9): 135-137.
- [19] 王丹, 樊小兰. 墨子文化资源的产业开发研究 [J]. 齐鲁师范学院学报, 2014, 29 (3): 69-72.
- [20] 吴承照. 中国旅游规划30年回顾与展望 [J]. 旅游学刊, 2009, 24 (1): 13-18.
- [21] 马克思·韦伯. 经济与社会 [M]. 林荣远译. 北京: 商务印书馆, 1997: 13-14.
- [22] 陆东芳, 郑郁善. 环境心理学在风景区规划中的应用 [J]. 福建农林大学学报 (哲学社会科学版), 2013, 16 (1): 110-112.
- [23] BARRÉH, JAFARI J. Culture, tourism, development: Crucial issues for the 21st century [J]. *Annals of Tourism Research*, 1997, 24 (2): 6-8.
- [24] 李璐. 墨子管理哲学思想研究 [D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2017: 24-28.
- [25] 孙文浩. 论墨子的管理哲学 [D]. 黑龙江: 黑龙江大学, 2017: 831-833.
- [26] 刘亚琼. 墨子管理伦理思想研究 [D]. 湖南: 吉首大学, 2016: 17-18.
- [27] 陈秋华, 石德. 现代森林旅游业规划的生态经济研究 [J]. 林业经济问题, 2002, 22 (2): 93-96.
- [28] 墨翟. 墨子 [M]. 辛志凤, 蒋玉斌译. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 2003.
- [29] 李仁杰, 傅学庆, 张军海. 非物质文化景观研究: 载体、空间化与时空尺度 [J]. 地域研究与开发, 2013, 32 (3): 49-55.
- [30] BURNS P M. Tourism planning: A third way? [J]. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31 (1): 24-43.
- [31] 李永文, 李瑞. 中国旅游规划的制度环境及其创新探讨 [J]. 旅游学刊, 2002, 17 (3): 26-30.
- [32] 曾祥辉, 郑耀星. 域旅游视角下永定县旅游发展探讨 [J]. 福建农林大学学报 (哲学社会科学版), 2015, 18 (1): 86-91.
- [33] 吴必虎, 徐婉倩, 徐小波. 旅游综合体探索性研究 [J]. 地理与地理信息科学, 2012, 28 (6): 96-100, 111.
- [34] 刘德谦. 旅游规划需要新理念: 旅游规划三议 [J]. 旅游学刊, 2003, 18 (5): 41-46.
- [35] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第20卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1971: 38-39.
- [36] 黄元豪, 赖启福. 基于E-RMP视角的生态旅游规划提升研究: 以福建3个县的生态旅游规划为例 [J]. 林业经济问题, 2018, 38 (3): 39-46, 103.
- [37] 庞廷. 绿色世界史: 环境与伟大文明的衰落 [M]. 上海: 上海人民出版社, 2002: 21-22.
- [38] LOUKISSAS P J. Public participation in community tourism planning: A gaming simulation approach [J]. *Journal of Travel Research*, 1983, 22 (1): 18-23.
- [39] 李炳宽. 试分析社区参与旅游发展的类型和层次 [J]. 林业经济问题, 2008, 28 (4): 363-366.
- [40] 唐建兵. 基于“反规划”理论视域下的森林公园综合体规划探讨 [J]. 林业经济问题, 2014, 34 (2): 124-128.
- [41] 陈孟麟. 墨辨逻辑学新探 [M]. 台北: 台北五南出版公司, 1996: 415-417.
- [42] 王兆春, 张仁明. 《墨经·大取》训释失误例正 [J]. 毕节学院学报, 2014, 32 (6): 86-87.
- [43] 杨桂华, 钟林生, 明庆忠. 生态旅游 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2000: 78.
- [44] 孙诒让. 墨子间诂 [M]. 上海: 中华书局, 2017: 413-414.

DOI: 10.16832/j.cnki.1005-9709.2018.06.010

The Application of Mozi's Management Philosophy in Forest Tourism Planning

XU Xiaodong¹, LAI Qifu², YAN Yushuang², LIN Feifei², LIU Senmao²

(1. College of Humanities, Xiamen University, Xiamen, Fujian 361005 China;

2. School of Management, Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou 350002 China)

Abstract

(1) **Background**——By 2018, the research on forest tourism planning at home and abroad is still limited to the dimensions of modern planning, management and information engineering. Mozi's management philosophy has not been yet involved. Therefore, it is necessary to study the application of Mozi's management philosophy in forest tourism planning.

(2) **Methods**——Combines with the multi-disciplines of Planning, Tourism and Mohism, and tries to discuss the application of Mozi's management philosophy in solving the problems of forest tourism planning in a wide range. Based on Mozi's management philosophy and the existing problems of forest tourism planning, this paper intends to use the literature research method of Mozi's management philosophy to solve the relevant practical problems.

(3) **Results**——First, from the perspective of ideological reference, Mozi's management philosophy in forest tourism planning is mainly reflected in the two aspects of project location and planner positioning: First of all, "Rely on others' efforts to make a living" lays the foundation for the three major benefits of the project; in addition, "Love each other" helps planners effectively reconcile the interests of professionals and locals. Secondly, from the perspective of behavioral guidance, the application of Mozi's management philosophy in forest tourism planning is mainly reflected in three stages: problem identification stage, problem diagnosis stage and action selection stage. In the first stage, Mozi's management philosophy of "Know the basics", "Help yourself audio-visual" and "Efficient people can acquire" are the source of living water, strong guarantee and frontier support of the scientific planning of forest tourism. The information collector needs to implement the basic principle of "Know the basics", and obtain the localized information from the most basic dimension, and use the principle of "Help oneself audio-visual" to realize information symmetry and optimize decision basis. In the specific implementation process, they need to play the vanguard role of "Efficient people". In the second stage, problem diagnosis includes two dimensions of order and basis of problem diagnosis. From the perspective of logical order, Mozi's philosophy of "Act according to god's will" sets the basic order for the forest tourism planning, that is, the god is prior to the people. From the content basis, the "Three types of bases" sets the theoretical basis for the diagnosis of the problem. In the third stage, Mozi's management philosophy of "The greater the profit, the lesser the harm" provides decision-making guidance for the action selection of forest tourism planning. The harmony between perceptual choice and rational choice will bring vitality to the conflict and contradiction of economic benefit, ecological benefit and environmental benefit.

(4) **Conclusions and Discussions**——First, from the perspective of content, forestry economy has experienced the transformation of "economic forest-social forest-ecological forest" from the focus on efficiency to the focus on ecological transformation, while the ecology of Mozi's management philosophy and forest tourism planning meet the basic requirements of ecological forest. Second, in practice, Mozi's management philosophy provides important guidance for problem identification, problem diagnosis and action selection in the process of tourism planning. He emphasized the basis of information collection, the basis and criteria of problem identification, and the trade-offs of action selection. Mozi's management philosophy not only has reference significance for the positioning of tourism planning, but also has guiding value for the development of forest tourism products, the content of tourism services, and the construction of tourism infrastructure and public service facilities, which needs to be studied later.

Key words: Mozi; management philosophy; forest tourism; planning

Original Article in 许晓东, 赖启福, 严羽爽, 林菲菲, 刘森茂. 墨子管理哲学在森林旅游规划中的应用研究. 林业经济问题, 2018, 38(6): 63-70.